

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	良く なっている やや良く なっている	都市型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・販売量は前年度に比べてすばらしく良い。団体、個人ともに客の表情が非常に生き生きしている。
		一般小売店〔精肉〕 (店員)	販売量の動き	・余剰在庫が出なくなっている。
		百貨店(店舗事業計画部)	来客数の動き	・入店客数の多い時期ではあるが、駅利用客を中心に客足が良く、盛夏商品が必需品となり好調なのに加え、お盆前後の手土産もよく売れた。
		スーパー(店長)	販売量の動き	・客数の増加もあるが、お盆過ぎからの客単価の上昇が一番売上に貢献している。買上点数もかなり増えている。
		スーパー(統括者)	競争相手の様子	・新聞紙上や競合業者の状況からみて、売上等も良くなってきている。市場は回復傾向である。
		コンビニ(販売促進担当)	販売量の動き	・今月末の売上は、量販店が前年比103.9%、コンビニエンスストアが114.1%、ローカルスーパーが74.0%であった。全体的に販売量は伸びている状況だ。今月はコンビニエンスストアのオープン店舗が多く、売上が伸びている。
		衣料品専門店(チーフ)	販売量の動き	・ファイナルセール時期とはいえ、まとめ買いの客が数多くみられる。
		家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・猛暑によりエアコン・冷蔵庫の動きが良く、他の商品にも波及効果がみられる。
		家電量販店(広報・IR担当)	販売量の動き	・猛暑によるエアコンや冷蔵庫等の白物家電が好調に推移した。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕 (従業員)	販売量の動き	・例年なら鹿児島市内は降灰が多いが、今年はお盆が終わるまで降らなかった。天候に恵まれたためか空港の搭乗客が昨年より多く、売上に貢献した。現在、数量、売上ともに前年比108～110%増えている。やっと景気の上向きを肌で感じられるようになった。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(広報担当)	来客数の動き	・梅雨明けが早く、盛夏物が早めに動いた。その分8月に入り衣料品を中心に苦戦した。盛夏物も秋物も動きは悪いが、猛暑が続く、エアコン等の空調関連、飲料やアイスクリームは好調に推移している。中元商戦も昨年を上回る結果となり、消費者の節約志向はあるものの、消費環境としては、やや良くなっていると判断する。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕(統括者)	来客数の動き	・来場数が海外の客を含め、増加している。
		観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・宿泊関連では全国高等学校総合文化祭・全国高等学校総合体育大会等が開催され、昨年を大きく上回る。レストランにおいても前年を上回って推移している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・観光客の増加と猛暑のため、乗客数がやや伸びた。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕(管理担当)	それ以外	・在宅サービスについては猛暑の影響で入院等による利用中止が増加したが、高齢者向け住宅建設については、国の施策や消費税増税前の駆け込み需要により、業界的にも活発になっている。
		設計事務所(代表)	来客数の動き	・広告の反響が増えている。
		住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・今年に入って、請負契約棟数が毎月、前月を上回っている。
住宅販売会社(代表)	来客数の動き	・住宅は完成見学会の来場数が1.3倍ぐらいい増えており、そのなかでも具体的に新築を考えている客の割合が増えている。		
変わらない	商店街(代表者)	販売量の動き	今年の夏は異常に暑い日が続く、商店街の小売業はどこでも売上不振という答えが返ってくる。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・8月は猛暑のせいで昼間の客は少なかったが、夜のイベントは大変にぎわった。	
	商店街(代表者)	来客数の動き	・例年になく暑さのせいで、特に昼間は年配の方の来客数がかかなり少なくなっている。地方の商店街にはまだまだアベノミクスの波及効果がない。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・今年の夏はかなりの猛暑で、我々の商店街では空調設備がなく駐車場が狭いため、来客数がかかなり少ない。8月の終わりの集中豪雨でいよいよ商売もさっぱりである。	

一般小売店〔青果〕(店長)	お客様の様子	・し好品である果物の伸びが厳しい状態だ。また、キュウリなどは袋入りよりも1~2本のバラ売り需要が伸びている。客が無駄な買物をしなくなった状態が、この2、3か月で著しくなってきた。
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	販売量の動き	・厳しい暑さで、前年より贈答品の購入者数と販売量が大幅に減少した。外販も受注件数が少なくアベノミクス効果は中小企業には全く反映されていない。
百貨店(総務担当)	販売量の動き	・猛暑が続きビアガーデンを筆頭に飲食は好調なもの、アパレルは晩夏物、初秋物の動きが鈍い。加えて来店客減により書店、100円ショップなどの実績が大きいテナントが不調である。
百貨店(業務担当)	お客様の様子	・夏物の処分期にあたるが、猛暑によりミセス・シニア客の来店が明らかに少ない。セールの中でも最終処分期で、もうひと山あるはずのお盆休み前後から特にその動きが顕著となっている。
百貨店(売場担当)	競争相手の様子	・売上は、台風の影響で2ポイントほど前年割れの状況になる。ただし台風を除くと5月とあまり変わらない状況である。実質的には安定した動きを維持しているので特段心配ない。今月は、各部門の差があまりないのが特徴である。
百貨店(売場担当)	販売量の動き	・連日記録的な猛暑で、夏物の季節素材中心に期待していたが、猛暑過ぎて客の入店数が思ったより伸びず、結果として夏物衣料、夏物用品もそこまで販売量を増やすことができなかった。
百貨店(営業統括)	お客様の様子	・中元商戦後半に入り、記録的な猛暑に見舞われ、婦人高齢顧客を中心に来店客が減少している。
百貨店(営業政策担当)	来客数の動き	・九州主要百貨店の状況は来客数・売上高とも、前年比で引き続き100%にあるものの、各社個別の営業戦略の他、天候与件等で左右される部分も大きく、安定的な景気上昇局面とまでは言えない。
百貨店(企画)	販売量の動き	・来店客数は増えてきているが定価品への関心が低い。反面、別会場催事などのセール品の売上は好調に推移している。
スーパー(経営者)	販売量の動き	・最小限の買物で無駄な買物がなく、買わない客もいる。
スーパー(店長)	販売量の動き	・気候的な要因での単価変動はみられるものの、基本的な景況感は3か月前と大きな変化はない。
スーパー(店長)	来客数の動き	・食料品を中心に客数が昨年並みに回復しているが、セール期間中に集中しており、平常は厳しい状況が続いている。また会員様限定企画等ではエアコン、海外メーカーの高級クリーナー、パソコン、ノンフライヤー等、耐久消費財が好調に動いているが、いずれも安売りをしたときに限られる。
スーパー(店長)	競争相手の様子	・食料品の売上は前年比103%で推移しているが、衣料品が厳しい。特に夏物衣料の婦人と肌着が同96%と厳しい数字となっている。トータルでは前年並みであるが、衣料品の買い控えがかなり影響している。
スーパー(店長)	単価の動き	・環境が日々厳しくなるなかで、競争相手との対抗策を含め、価格の見直しを行った結果、売上は回復したものの、客単価は前年比97%で決して良い状況とは言えない。
スーパー(総務担当)	それ以外	・食料品、住居用品は昨年を上回って推移しているが、衣料品は猛暑のわりに夏物の動きが良くなかった。
スーパー(経理担当)	販売量の動き	・猛暑のため、飲料ほか家庭で手間のかからない揚げ物や簡便素材の売行きが良い。
スーパー(業務担当)	お客様の様子	・夏休み期間全般を通して、ファミリー層の客足が例年と比較して減少している。季節素材も食品は低調が続く、販売員へのヒアリングでも「客の購買意欲が接客のなかでも感じられない」といった感想が多かった。
コンビニ(エリア担当・店長)	競争相手の様子	・この1か月の間に競合する既存店が改装オープンし、さらにコンビニエンスストアが新規オープンした影響で、この1か月半は売上が低迷している。
衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・客の買物が、日常の買物に限られている。その日常の買物では価格の安い店を選んでいるようだ。
衣料品専門店(店員)	来客数の動き	・月末の大雨で夏物最終セールの売上が伸びなかった。代わりに初秋定価品の売上が伸びて、結果、昨年並みの売上になった。

衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・例年、8月は季節の変わり目で大変厳しい月である。5月の春物の実需期と比較すると8月はあまり良くない結果となった。セール品のまとめ買いも減っており、月末に雨だったこともあり2、3日分、昨年の実績を割る結果となった。	
家電量販店(店員)	販売量の動き	・季節要因もあるが、家電についてはずっと悪い状態が続いている。特に今年はエアコンや季節物が多く出たが、単価ダウンが影響して良いとは言えない。	
乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・当社の主な取扱車種である登録車のコンパクトカーは、軽自動車の好調に押され販売が伸びない。厳しい状況が続いている。	
その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・前年同月比では、コーヒーが出る量はほぼ横ばい状態である。販売量は同じであるが、若干新規顧客が増加している。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	販売量の動き	・燃料油の小売価格は6月より上昇してきた。本年は例年と比較して早く梅雨明けし、猛暑日が昨年より多かったせいか、燃料油の販売量は多少昨年より増加した。高額なカーケア商品を購入する顧客は、昨年並みである。	
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	販売量の動き	・天候に左右されることが多く、日々の売上の上下のブレ幅が大きいですが、平均すると変わらない。	
高級レストラン (専務)	来客数の動き	・8月の猛暑で客数が減ったのに加え、鹿児島島の桜島噴火の影響でキャンセルがたくさん出たことが重なり、売上が伸びなかった。	
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・7月は、予約数や来客数の増加に加えて食事の単価も上昇傾向にあったが、8月の繁忙時期に入り、県外の客が例年より少なく、県内の地元客に関しても安価なコースを注文することが多かった。客との会話のなかで、T P Pに関する不安の声や消費税増税に反対する声を聞く限り、決して良くなってはいない。	
居酒屋(経営者)	来客数の動き	・出入りしている業者に聞いても、平日もあまり忙しくない状況で、週末も似たような感じとのことである。	
観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・客数は増えているが、商品を買わない方や安い物しか購入しない方が多くなったようだ。	
都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・客の数が増え、今月は売上も良かった。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・お盆期間だけに限ると、売上は前年増であったが、その前後は前年割れとなった。猛暑による出控えもあったようだ。富士山登山は過去最大の人気である。	
タクシー運転手	来客数の動き	・長崎は今月イベントが続いたのでいくらか良かった。イベントがなかったらあまり冴えなかった。	
タクシー運転手	来客数の動き	・8月にしては全体的に稼働率が良く、予約状況も良かった。売上も例年になく良かった。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・市場に飽和感があり、他社を含めて現状を打破をする施策が見いだせていない。	
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は前年並みで推移しているが、伝送路の光化が進み解約件数は昨年より減少傾向にある。	
ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・今年は猛暑でなかなか入場者数が伸びない。また、単価的にプレー代が安いゴルフ場に客は流れている。県外の客が前年を少し割っているような厳しい状況であるが、予約が少しずつ増えているので、どちらとも言えずさほど変わらない状況である。	
美容室(店長)	お客様の様子	・客の来店回数が増える様子もなく、新規の客もない。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・宅建業の住宅販売における顧客は、興味がある物件については非常に関心が高く問い合わせも多く予約も入っているが、コンセプト等が合わないと思向きもされないような状況が続く。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・猛暑と豪雨で来客数が激減している。
	商店街(代表者)	販売量の動き	・アベノミクス効果と皆浮かれていたが、真夏になって客の動きが良くない。猛暑もあるだろうが購買意欲が非常に低下している。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・7月の夏物衣料が好調だっただけに、前倒しのせいか、8月に入ってから売上が伸び悩んでいる。特に高齢者が多い商店街では、異常な猛暑のため、日中の来街者が極端に少なく、売上減少の原因となっている。

	百貨店（営業担当）	単価の動き	・日祝の入店客数が3か月連続で前年を上回っている。しかし、上昇傾向にあったレジ客数が前年に達せず、2か月連続で前年を上回った客単価も当月は伸び悩んでいる。また、高級時計等の購入はあるが、夏物セール及びお中元ギフトは伸び悩んでいる。お中元ギフトの1品単価は上昇したが、客単価は前年割れした。厳選したギフトを送る傾向が顕著となり、購買意欲が減退傾向にある。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・高額品の動きは引き続き堅調である。3か月前に比べると、中間層の景気回復への期待感がしぼみ、本来売れるべきものが厳しい状況である。	
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・入店客数がここ数か月前年比90%前半であり、入店客数が非常に悪い状況が続いている。	
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・自社近隣マーケット間の競争が激しく、集客戦略の差が大きく影響している。コストダウンに伴う販売促進策の減少が集客ダウンに影響した。	
	コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合店出店が相次ぎ、売上が大幅に減少している。また、客の動向は、将来の消費税増税を前に財布のひもは緩むことなく、厳しい状況で推移している。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・この夏の猛暑の影響で悪くなっている。	
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・客の1人当たりの購買量が減っており、その結果として客単価が下がり、販売額が若干減少傾向にある。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカーの受注は伸びているが、それ以外の車種の受注が極端に少ない。	
	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・毎月のキャンペーンは、低水準だが前年並みであった。しかし店舗での販売が先月、今月と良くない。消費者の購買意欲はあるが、慎重に検討するため、なかなか1回で決まらず、購入に時間が掛かる。	
	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・ランチ、ディナー共に来客数減となっている。	
	都市型ホテル（総支配人）	お客様の様子	・ホテル宿泊数は良くなっていない。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・あまりにも暑かったせいか、昼は人の動きが悪く、夜も週末だけ動いている。	
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・8月は、夏モデル商品の人気に陰りが見られ、販売台数が伸びず苦戦している。特に買換え需要が低調で、平日、週末とも来店客数の割には販売台数が伸びず、昨年を大きく下回っている。	
	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・8月の猛暑は予想以上で来場者数は激減した。日中は直射日光が熱波のように感じられ、早朝プレー以外は敬遠されてしまった。常連客は標高の高いゴルフ場にくら替えし集客は困難になった。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・アベノミクス効果に期待しているが、お盆過ぎから客が減り愕然とした。チラシを打っても鳴かず飛ばずで経費ばかりかかっている。	
	美容室（経営者）	販売量の動き	・2、3か月前からだんだん悪くなっている。アベノミクス効果は一部だけのことである。消費税増税の影響を懸念する。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑も影響し、来客数が非常に減少している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・魚の入荷量の少なさや魚価の高さなど要因はあるが、最近の来店数の少なさは異常で、採算割れの日が続く。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・猛暑で来店客がほとんどない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・8月はお盆前後がかなり厳しかった。
企業動向関連	良くなっている	-	-	
(九州)	やや良くなっている	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・例年のこの時期に比べて受注が多い。工賃も少しずつ良くなっている。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・8月という季節的マイナス要因はあるものの、全体的には受注量、受注額、3か月先までの情報量共に3か月前よりは10%程度伸びている。一部商品を除き在庫品の回転も伸びているが、高額品の動きは鈍く、低価格商品の販売が大半を占めている。
		金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・引き合い数が増加しており、取引先及び競合他社の受注状況はやや良くなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、省エネ関連部品製造の設備受注が好調である。

	建設業（社員）	競争相手の様子	・9月までは今のままの発注が続く。一般競争入札が多く、偏った業者が受注しているが、市場で公共工事は発注されている。下請でも工事を請け負っている業者が多い。今のまま続いてほしい。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車関連企業の生産がやや減少しているが、鉄鋼や食品の生産は増加している。コンビニエンスストアのほか百貨店・スーパーの売上が増加するなど、個人消費も持ち直してきている。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・メーカーや小売業などの取引先で消費税増税前の駆け込み需要など、景気改善の話を良く耳にする。
	新聞社（広告担当者）	受注価格や販売価格の動き	・今年は、住宅設備や通信販売、化粧品関連が全体の売上げをけん引し、オリンピック関連の広告出稿が多く業績が良かった前年を超える売上げとなった。
	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・ワインの売上げが増している。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況を聞くと、仕事が多く人手が足りないという話をよく聞くようになった。
	その他サービス所【設計事務所】（代表取締役）	競争相手の様子	・建設関係は、受注が減少したが、土木・建築とも業務の受注が増えている。土木は、今年度当初予算で建設関係の予算が追加されたこと、建築は、消費税増税前の駆け込みで住宅建築の需要がみられる。
	その他サービス業【物品リース】（支社長）	取引先の様子	・取引先のゲームセンター運営会社は、数年新規出店を見送っていたが、今期1件出店する。ショッピングセンター内の施設で、買物客の来店は底堅く推移している。当社のリース事業に関しては、貸し倒れも発生せず安定している。
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7、8月は猛暑で、ビールの消費に伴う焼き鳥等は量的に計画以上の売上げだった。スーパー向けも惣菜や生食等、お盆需要も計画通りの数字になりそう。冷食やハムの引き合いが強いが、原料不足もあり供給不足状況となっている。
	農林水産業（営業）	取引先の様子	・畜産業界の状況は厳しい。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月の受注が本当に少ない状態である。特に一般商品が悪く、今後の新商品に期待する以外はない。昨年度は休業補償手当で雇用調整助成金を受けていたが、前年度の10%が基準なので今年度は雇用調整助成金も申請できない状態である。
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・発注状態が非常に不安定な影響で、作業者に負荷がかかり非常に多くの退職者が出た。そのため不良品の発生や客への納期問題が起こり、大変な状況に陥っている。この状況を食い止めるために最善の努力をしている。
	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・一部取引先で受注が激減している。しかし商品によっては好調なものもあるようで、それに特化した営業が必要だと考えている。
	精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・前月より受注量は変わらないが、毎月の黒字は続いている。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・猛暑の影響で水物やエアコン関連の荷動きは良いものの、青果物は水不足で不作の状態である。
	通信業（経理担当）	それ以外	・アベノミクスが一段落し、景気回復に向けた次の起爆剤が見つからない。ガソリン代も円安や中東情勢の悪化を背景にジリジリと上昇を続けている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業の中小企業は、労務費や資材価格の上昇により利益が思うように計上できない状況が続いている。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地は建設業関連の業種の企業が多く、各企業の業況は厳しいところではあるが、昨年台風被害に伴う災害関連復旧工事がかなり出ており、当面の資金繰りに問題はない状況である。
	金融業（営業）	取引先の様子	・企業の設備投資は決して悪くはない。消費税増税の意識もあり、介護関連、新型の機械への投資等、中小企業の設備投資は一定の水準を維持している。ただし、3か月前から増加しているレベルではない。
	不動産業	それ以外	・不動産の売買は前月と変わらず動いているが、賃貸の特に事務所の動きが悪く、借り手も少ない。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・DMによる営業活動を積極的に行っているが、ほとんど反応がない。
	やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き

	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・商品生産、販売ともにシーズン性があり、8月は端 境期の月であった。	
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・思うように受注量が上がらない。	
	その他製造業 (産業廃物処理 業)	競争相手の様子	・同業他社の話を聞くと、どこも仕入れ状況が思わし くないとのことだ。企業・一般から排出されるスク ラップが減っている様子である。半導体製造メーカー に受注が入っていないとの声も出ている。	
	輸送業(総務担 当)	取引先の様子	・荷主から預かっている荷物の荷動きが悪くなってい る。また料金の値下げの要請も多くなってきた。	
	悪く なっている	-	-	
雇用 関連	良く なっている	学校〔専門学 校〕(就職担 当)	求人数の動き	・大企業、中小企業を含めて求人の動きが良い。
(九州)	やや良 く なっている	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・実質の給与所得が上がっているわけではないが、中 規模会社が人材を確保するため、採用活動を強化して いる。今後の人材需要を見越しての先買いではある が、今後、企業が攻めに出る際に必要となる有能な社 員の確保を危惧する経営者も多く、採用を後押しして いる。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣の求人依頼数は、前年比130%と堅調である。 社員化を前提とした紹介予定派遣の依頼数も伸びてい る。
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・ここ2か月ほど、派遣登録の予約を入れたが、仕事 が決まりキャンセルする人が増えている。以前は、あ まりキャンセルは出なかったが、企業の採用も活発に なっているようだ。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人は、前年同月比で22.8%増と大幅に増加し ており、有効求人倍率も前月より0.06ポイント改善し た。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・就職数も前月や昨年同月に比べて増えているが、特 に有効求人倍率がかなり大きく伸びてきている。
		職業安定所(職 業相談)	求人数の動き	・豪雨災害復旧工事の本格化やJR九州駅ビルの工事 開始に伴い、建設業並びに建設業資材関係製造業が増 加している。また宿泊業についても求人が伸びてい る。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・社員採用が増えた影響で、求職者の数が減ってき ている。ただし中高年やスキルの低い人材は採用には結 びついていない状況である。
		人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・求人数は前年や3か月前と比べて、大きな変化がな い。
		求人情報誌製 作会社(編集者)	求人数の動き	・当社調べの求人の取扱件数は、前年を上回ってい る。
		新聞社〔求人 広告〕(担当者)	求人数の動き	・新聞の求人広告の動きは横ばいだった。猛暑の影響 か、企業活動もやや停滞気味だったようだ。
		新聞社〔求人 広告〕(担当者)	求人数の動き	・正社員求人が停滞している。
		新聞社〔求人 広告〕(担当者)	それ以外	・企業訪問や営業取材などで得た情報では、景気が 「良くなっている」「良くなっていない」と感じてい る人が概ね半々である。プラスマイナスの面があり、 相殺して「変わらない」というのが実感だ。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・全国的に好況と言われている自動車関連製造業だ が、管内企業の増産の話はなく、海外生産へのシフト で厳しくなっている状況である。また、食品製造関係 においては、円安による原材料の高騰により、価格転 嫁を図る動きがあるが、消費の動きを勘案し十分に転 嫁できていないところが多い。
		民間職業紹介機 関(社員)	求人数の動き	・求人依頼数は横ばいである。派遣利用の話はある が、実際の利用に至ることは少ない。マンションや一 戸建の設計会社からCAD利用の話があるが、急増し ていない。消費税増税前の駆け込み需要による案件は まだ不透明である。
		民間職業紹介機 関(支店長)	求人数の動き	・求人数、人材派遣契約数が横ばいの状況である。前 年同期比で減少してはいないが、増加もない。
		学校〔大学〕 (就職支援業 務)	採用者数の動き	・現大学4年生を対象に調査した7月上旬までの内定 者数は、前年度より増加しているが、月別の報告者数 では顕著な伸びは認められない。
	やや悪 く なっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・お盆休みの影響もあるが、例年以上に長期求人数が 少ない。

悪く なっている	-	-	-
-------------	---	---	---

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	○	○
		商店街（代表者）	・行楽シーズンで気候が良くなり、人が動く時期に入ると今よりは良くなる。人が動くようになれば物も動くという判断である。
		商店街（代表者）	・10、11月にかけて唐津くんちがあるため人の動きもあり、特に食材店や料理店、装身具店では客は多くなる。
		商店街（代表者）	・夏を過ぎるとキャンペーンやイベントが増えてくるため、キャンペーン用のチラシなどの印刷業務など、それに伴う売上が増えてくる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・売上が落ちる時期に、平年以上の売上がある。
		百貨店（営業担当）	・友の会満会による購買と店頭での消費税導入を見据えた購買意欲が感じられる。また、秋の友の会募集の滑り出しは順調で、消費税増税に備え次年度購入準備の入会がある。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税前の高額品を中心とした購買増加と、アベノミクスによる成長戦略への具体的な動きへの期待感が高まる。
		スーパー（統括者）	・消費税増税への反応が鍵になるが、増税になっても景気は良くなると思う。
		コンビニ（店長）	・天候がまともになれば、元に戻る。
		コンビニ（販売促進担当）	・今月同様、来月以降もやや良くなる傾向で推移する。コンビニエンスストアも依然好調で推移する。前年からすると1割位伸びてくる。
		衣料品専門店（チーフ）	・アベノミクス効果で消費の動きが活性化しているので、売上也少しづつ伸びると予想している。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の決定時期に注視しているが、9月にでも決まれば駆け込み需要で収益が上がるのではと期待している。
		家電量販店（従業員）	・これから暖房器具が徐々に売れ出す。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・8月の商品販売の動きが景気の良さを反映したものであれば、9～11月の旅行シーズンを迎えるにあたりかなり期待できる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・円安、株安による商品価格の値上げ等の懸念はあるが、国内外の経済や政治の状況に大きな変動がなければ、客数の増加傾向や季節関連商品の動きをみると、徐々にではあるが良くなる傾向にあると判断する。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の売上予測より、やや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宴会・婚礼において順調に予約が入っている状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門の予約状況は例年よりも好調に推移している。レストラン・宿泊部門等でも客単価が上昇している。
		通信会社（総務局）	・契約数の伸びは期待できないが、伝送路の光化が10月に完成することにより、解約数の減少が期待できる。
		ゴルフ場（従業員）	・夏場の猛暑もあり、10月のゴルフシーズンを迎えるにあたって予約状況は良く、このまま客が来てくれれば大変期待が持てる。
住宅販売会社（代表）	・前年に比べると、住宅の受注数や来客の動き等、2、3か月先はまだ良くなる。		
変わらない		商店街（代表者）	・8月中旬より秋物を展開しているが、例年以上に秋物の売行きが鈍化している。今後の見通しとしては、やや悪い状況は変わらないと覚悟している。
		商店街（代表者）	・個人所得が伸びるという状況にないので、消費が拡大する理由が特に見当たらない。商店街は悪い状況のまま当分推移する。
		商店街（代表者）	・2、3か月先は気候も良くなり食欲も増すが、近くのスーパー、コンビニエンスストア、百貨店が毎月のように売出しをしているので、商店街には客があまり来ない。
		商店街（代表者）	・主な収入源が年金である高齢者にとっては、医療費の引上げ、消費税の引上げなど購買を後押しする材料は何一つ見当たらない。若干の季節の変わり目により売上也期待できるが、そう多くは見込めない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・ある程度消費は底打ちの状態、この猛暑の影響で果物や野菜がこれからかなり厳しくなるが、必要最小限度の需要は続いていくので、状況は変わらないと判断する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・2、3か月後は、暑さが和らぎ秋の魚も入荷し始めるが、売行きに不安がある。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気が上向きになればとの期待はあるが、消費税増税もあり、徐々に物価も上がりはじめ、売上増加に結びつく要素がなく先行きが不安である。

百貨店（営業担当）	・店全体の売上は何とか前年を確保しているが、店頭の入店客数、店頭での売上は非常に苦戦している。それを外商やその他の売上でカバーしているような状況である。店頭で客の購買意欲がみられない。この傾向が続くと予想している。
百貨店（販売促進担当）	・まだまだ景気が良くなった感覚はなく、顧客の財布のひもは固い。
百貨店（業務担当）	・これからしばらくは衣料品の端境期に入る。これまでは、季節を先取りした商品が求められていたが、最近ではジャストタイムで必要のあるものしか買わない傾向が強くなっている。しばらくは厳しい売上が続きそうだ。
百貨店（店舗事業計画部）	・本格的に気温が冷え込むまでは、当面秋冬物の動きは鈍いと見込んでいる。昨年の冷え込みで防寒商品が大きく伸びた反動もあるため、冬までの間は苦戦する予想である。
百貨店（売場担当）	・変動要因としては、消費税増税が決まるかどうか、10月の小麦価格値上げ、中東の政情不安による原油価格の変動などが挙げられるが、天候が一番の変動要因である。また、入店客数が前年比98～100%を行ったり来たりしているのが懸念材料である。客単価は若干クリアランス時に落ちたが、今月は若干回復しているので、おそらく現状がそのまま続いていく。
百貨店（営業政策担当）	・消費税増税までは大きな与件はなく、各社営業戦略の成果で一長一短はあるものの、全体的な個人消費は底堅く推移すると考える。
百貨店（企画）	・近年の傾向として9月以降の気温低下が見込めず、秋物の立ち上がりも鈍化することが予測される。本年は異常気象であり、客の買物への支出の優先順位がなかなか上がってこない。
スーパー（店長）	・乳製品や加工食品の一部値上がりで一時的に販売量の低下がみられるものの、景気による買い控えとは種類の違うもので、この落ち込みも遠からず回復するものと予測している。
スーパー（店長）	・消費税増税の影響で一時的に耐久消費財や消耗品の売行きが上がるが、消費税増税後、節約志向が更に進む。
スーパー（店長）	・今まで天候が良く、雨が少なく台風が来なかった影響で良かったが、今後、台風が発生したりすると例年とさほど変わらない状況となる。
スーパー（総務担当）	・衣料品の売上回復の兆しがなかなかみえてこない。
スーパー（総務担当）	・販売単価は全体的に大きな変化がなく、購買点数も大きな変化がないため、集客の増減が大きく収益に影響する。近隣マーケット内の同業他社での客の利用状況は減少していない様子のため、マーケットは大きく変化することはない。一方で、全体パイが減少するなか、コストと競争に打ち勝つ施策をうまく両立させられるかが課題である。
スーパー（業務担当）	・秋物が上昇してくる時期になっても高気温が続けば、販売点数は伸びてこない。相変わらず新規流行の商品群は現れず、売場の起爆剤になりそうな与件も見当たらない。
コンビニ（エリア担当・店長）	・新規でオープンしたコンビニエンスストアが近くにあるが、客の動きをみると、しばらくすれば当店に戻ってきてもらえそうだ。たばこの売上が少し伸び悩んでおり、その分で客単価が下がり売上が少し前年を割っている。
衣料品専門店（店長）	・2、3か月先にも景気の変動はない。
衣料品専門店（店長）	・猛暑の影響はまだ続きそうだ。
衣料品専門店（店員）	・特定の目的なしに訪れるフリー客が増加していないので、良くならない。
衣料品専門店（取締役）	・夏のボーナスがどこに使われたのか、はっきり実感ができない。3か月先は実需期になる。冬物は単価も張る。マスコミでは景気が上向きに落ち着いてきたと知っているが、消費税増税への懸念もあり、報道と実体のギャップが消費者の財布のひもを縮めている。非常に危惧する。
衣料品専門店（総務担当）	・予想される残暑などから良くなる様子は全くないが、希望的観測を加えて変わらないと判断した。
家電量販店（総務担当）	・冷蔵庫や洗濯乾燥機、お掃除ロボット等の高付加価値商品が動き出している。
家電量販店（広報・IR担当）	・家電市場において、新製品の投入など明るい材料がみつからない。
乗用車販売店（代表）	・変わるような要素が見当たらない。
乗用車販売店（総務担当）	・他メーカーで次々と新型ハイブリット車や軽自動車が発売されている。競合車種が多くなり販売シェアが低くなる。
その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・昨年と同様に7、8月のお盆のお中元シーズンが過ぎて、やや販売量は落ち着いている状態である。秋口にかけて季節的な要因が一番大きく左右されるが、気温が下がり次第、販売量や来店数は増えていく。

その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は高止まりしているが、馴染みの顧客は小売価格についてはやむなしという感じをいただいており、地域最安値店ではなく自店にて購入していただいている。秋の行楽シーズンである9～11月の3連休における売上に期待したい。	
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・猛暑も一段落し、客の動きも季節に運動したものとなる。社会変化が大きく変わらなければ、大きく景気がぶれることはない。	
その他専門店〔書籍〕（代表）	・相変わらずデフレが続いており、雑誌の売上が下がるなど、必要最低限のものしか買わない傾向が強い。	
その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・今後、増税等が決定すれば、消費マインドの変化があるが、現状のトレンドは、ここ数か月では変化しない。	
高級レストラン（社長）	・来客数が不安定である。	
高級レストラン（専務）	・参議院選挙後の政治政策の動向はよくわからず、安心できないが期待は持っている。	
高級レストラン（支配人）	・来月の予約状況が良くない。	
一般レストラン（経営者）	・昨年よりも多少予約数は多いものの、7月までの電話問い合わせ等の勢いがいいことと、県内の客の予約状況が芳しくない。	
一般レストラン（スタッフ）	・今までもずっと変わってない。	
居酒屋（経営者）	・近くの飲食店経営者に聞いても、厳しい状況が続いているとの意見が多い。	
都市型ホテル（総支配人）	・売上の増加があまり見込めないため、景気は変動しない。	
旅行代理店（従業員）	・海外は、円高による現地費用が増え、旅行代金がやや値上がりしている影響で秋の出足が悪い。反面、年末年始は日並びも良く、昨年を上回る予約が入っている。	
タクシー運転手	・秋にかけてゴルフや観光シーズンではあるが、あまり期待できない。	
タクシー運転手	・景気の高揚感はあるものの、不安材料も多いので変わらない。	
タクシー運転手	・今月は本来夏枯れがある時期であるが、夏枯れもなく予約状況も大変良かった。日中の稼働率も良く、繁華街の動きも若干あった。	
通信会社（企画担当）	・販売量に大きなインパクトを与えるイベントが想定できない。	
通信会社（業務担当）	・8、9月は商品やサービス等で目新しい変化もなく、他社の販促攻勢もあり、既存商品の売上が伸びない状況になると予想される。	
ゴルフ場（支配人）	・9、10月は気温も高く、雨も多い予想である。ダメージの出たグリーンを早く修復し、秋のゴルフシーズンを乗り切っていく。	
競輪場（職員）	・景気は上向き傾向にあるが、それが顧客の購買意欲に即浸透してこない。	
理容室（経営者）	・今月は、猛暑やお盆等で通常よりは客の来店数も多くなったが、毎年、9、10月は来店客数が前年比を下回っているのでは変わらないと判断した。学校が始まれば少しは良くなるが厳しい。	
美容室（店長）	・店の売上に変化がないので、これから2、3か月間は変わらないと判断した。	
その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・消費税増税による影響は若干想定されるが、介護サービスは非課税サービスなので限定的と考えられる。一方、2014年4月からの介護報酬改定で減収となれば、大きな影響が発生すると考えられる。	
住宅販売会社（従業員）	・輸出産業も堅調に伸びており、雇用も確保されているようなので、景気としてはあまり変わらない。	
やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・消費税増税の問題など、周りの状況がいまだはっきりしてこないで、3か月先は厳しいという見方をしている。今後、経済を上向きにするための戦略を明確にすべきである。
スーパー（経営者）	・医療費等の増加等で手取りが減り、買物動向は消費が悪くなる。	
スーパー（店長）	・半径1キロメートル圏内にある、新しく売場を増床したドラッグストアの競合店の影響が少し懸念される。また、衣料品がずっと厳しい状況であり、秋物衣料もそこまで売れそうにない。	
家電量販店（店員）	・夏は猛暑の影響で季節ものがある程度売れたが、秋はその反動で少し悪くなる。	

	乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入が2、3か月以内にはなく来年以降になるため、年内は厳しい状態が続く。	
	住関連専門店（経営者）	・アベノミクス効果で、公共事業関連は仕事量が増えて忙しいと聞くが、円安による物価高でじわじわ商品が値上がりし、消費者の購買意欲が減少することが懸念される。	
	高級レストラン（経営者）	・9月の予約状況を見る限り、そこまで予約は入っていない。9月は3連休が2回あるので、法人企業を相手にする料理屋には少し厳しい日並びとなっている。	
	都市型ホテル（販売担当）	・9月の売上予想はあまり良くない。	
	都市型ホテル（副支配人）	・今月が良すぎたため、3か月先は悪くなる。しかし、前年同月比では、2、3か月先も売上は良い方向でみている。	
	旅行代理店（企画）	・燃油代高騰が旅行費用総額に跳ね返るため、販売数は鈍化する見込みだ。また消費税増税が取りざたされるなか、レジャー費が抑えられ、その他の必要家財の購入に充てられることを懸念する。	
	タクシー運転手	・株価が非常に不安定な動きをしているので、それによって今後の景気にかなり悪い影響が出る。	
	通信会社（販売部）	・ボーナスや夏休み、お盆帰省の需要が予想を下回った。当面は世間的なイベントもないうえに、有効的な施策・商品展開の予定もなく、低迷していくと考えられる。	
	競馬場（職員）	・来場者数の動向から、前年よりも良くなるとは考えられない。	
	美容室（経営者）	・チラシを打たないと客は来ないが、打っても安値に慣れて、少しでもサービス内容が違くとクレームがくる。自己主張の強い人が多くなり、人間味もなく商売がとて不安だ。	
	美容室（経営者）	・9月に消費税増税が決まれば景気は悪くなる。円安で輸入商品は値上がりしている。全体的に消費は増えていない現状をみてほしい。	
	音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、やや悪くなる。	
	その他サービスの動向を把握できる者 【フィットネスクラブ】（営業）	・電気料値上げや燃料費高騰など、企業の負担増が予想される。	
	設計事務所（所長）	・現在の忙しさは、消費税増税が前提であるため、様々な仕事に9月までに集中しているようだ。消費税増税の期日が伸びれば、その分だけ駆け込み需要期間が延びる。9月に消費税増税が決まれば、2、3か月の景気は今より悪くなる。	
	住宅販売会社（従業員）	・今年9月がピークで、10月以降の請負契約棟数は半減すると予測される。	
	悪くなる	スーパー（店長）	・雇用の問題等まだ先行きが不透明ななか、消費税の増税等を控えており、消費者の節約志向は変わらない。また、競合店の出店計画もあり、今よりも環境が更に厳しくなると予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・景気回復の兆しは全くみえない。公共料金等の金額は上昇したが、中小企業で賃金の上昇はみられない。
企業動向関連 (九州)	良くなる	食料品製造業（経営者）	・商品生産や販売がシーズンインし、受注も見込めるため繁忙期となる。
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・今からまた、受注は増えていくはずなので、年内いっぱいはこの調子でいける。ただ、気候が暑すぎるのがどう影響するのか心配である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・上半期締めめの企業では、予算上、これまでの検討案件を実行するところが多いと判断される。
		金属製品製造業（事業統括）	・引き合い数が増加している。建築設備業界では、省エネ関連の設備投資引き合いが活発化してきた。
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の設備引き合いが増えつつあり、景気は良くなりそうだ。
		電気機械器具製造業（経営者）	・発注量が不安定なため社内問題が発生したが、それにより全社員が一丸となつてものづくりの原点に返ることができつつある。好不況はやむを得ないとしても、全力を上げてやっていくことによって、景気に左右されない企業体制の構築に向かっている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・景気が良くなるのをじっとまっているのではなくて、自ら行動して動きのよい商流を掴むことは可能だと考えている。
		建設業（従業員）	・手持ち工事もだんだんと増えてきて、見積案件も多くなってきている。また、消費税増税前の駆け込みも考えられる。
		通信業（経理担当）	・消費税増税の来春実施が閣議決定され、一般の消費量が前倒しで増加するものと考えられる。
		金融業（従業員）	・中国等海外景気の先行きを懸念する先がみられるが、消費税増税による駆け込み需要で住宅建設などが増加し、公共工事も活発化する。一部では建設関連の資材や要員の確保が困難となるなど、ボトルネックが生じてきている。

	新聞社（広告）（担当者）	・住宅設備関連の出稿は継続する予定で、通販関連の出稿が前年並みで推移すれば、売上は前年比90%以上見込める。
	経営コンサルタント（社員）	・消費の動きが業態問わず活発化している。
	その他サービス業【物品リース】（支社長）	・電気工事業の取引先は、来年3月までの仕事は十分確保している様子である。人手が足りず仕事を断っている地域もある。ガソリン代が高止まりしていることもあり、ハイブリット車に乗換えを計画している話が多い。建設業関連の取引先に話を聞くと、公共事業が増加しているので、地方も少しは潤ってきているのではないかとのことである。
変わらない	農林水産業（経営者）	・9、10月は行楽や運動会など消費の伸びる月である。加えて加工メーカーも年末需要の作り込みに入るため、原料肉の引き合いも強い。ただし、我々業界の問題であるが、原料不足や資材燃料などの値上げ要求もあり、売上は上がるが利益はあまり上がらない。
	農林水産業（営業）	・円安による飼料の高騰など生産分野でも厳しい状況が続くと予想される。
	食料品製造業（経営者）	・一向に業績は回復しない。景気が良くなったとはいうものの、個人レベルでの実感が無い。納入先の来店人員及び客単価も低調で、秋に向けての期待感はあるものの、消費税増税や社会保険料増加の動向を考えると、今月より良くなるとは考えにくい。
	家具製造業（従業員）	・家具を必要とする物件情報は、前年比で10%近く伸びているが、今後3か月先の情報は前年並みか、やや上回る程度となっている。
	化学工業（総務担当）	・当社の賃金は特に上がりも下がりもしないと予想される。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場と違って9、10月はある程度消費が上向くが、現状の受注の状況ではあまり変わらないとみている。
	鉄鋼業（経営者）	・販売価格に改善の兆しがみられる。ただし一方で鉄屑価格も上昇しており、且つ電力料金における燃料調整単価が月を追って高くなっており、販売価格の改善が急務となっている。このため生産量を制限することもありえるため、販売量が伸びない可能性がある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーからの問い合わせやこちらからの問い合わせにたいする発注の回答が不明確で、なかなか感じが掴めない。おそらく秋には発注というニュアンスはあるものの具体性がない。
	精密機械器具製造業（従業員）	・来月の生産計画も今月と変わらない状況であるが、まだ受注先からの要求予測がつかない状態にある。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・先月と同じく製造メーカーが下方修正、又は現状維持と言われている。中国の景気にも左右されやすいので、今後の動きが重要である。
	建設業（社員）	・年間発注予定の70%が既に上半期で発注されているため、今後悪くならないが、下半期の30%に加え今年度の補正予算に期待する。手持ち工事がなくなれば景気は悪いと判断する。
	輸送業（総務）	・今までの荷動きをみても特に大きな動きはなく、あまり変わらない。
	金融業（営業担当）	・建設関係は、労務費や資材の高止まりの状況が続くと予想される。
	金融業（営業）	・一定水準の企業の投資は維持されると考える。賃金増加につながれば、消費も更に活発となり景気は上向くと考えるが、現段階でその気配はない。
	金融業（得意先担当）	・災害関連復旧工事の発注が来年の3月まで出続ける状況にあって、当面の資金繰りに問題はないが、各企業の経営者の景況感に関してはそれほど大きく差がない。
	金融業（調査担当）	・景気に関する実感が伴わないと良く聞かすが、一方で悪い話は聞かない。設備投資などの資金需要が増えると本格的な景気回復だろうが、そのような状況にはまだない。
	不動産業	・このまま賃貸の動きがなければ、良くなったとも悪くなったとも言えない。
不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいに推移し、今後も継続する。	
広告代理店（従業員）	・新聞折込チラシの受注金額は4月から累計で96.5%と、なかなか前年を超えることができない。パチンコ・流通業界は変わらず出稿が減少しており、不動産は消費税増税前の駆け込み需要も限られている。消費活動が沈静化したままで変化がない。	
広告代理店（従業員）	・若干ではあるが、やや良い状態が続く見込みである。	
経営コンサルタント	・状況は変わらないので今のままの状態が続く。したがって、こちらの取り組み方を変える必要があると痛感している。	

	経営コンサルタント (代表取締役)	・弊社に対する問い合わせ件数、また取引先から聞く業況から判断すると、この先大きく変化する兆しはみられない。	
やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・畜産物販売は全体的に売行きが悪い。今後、消費税増税となると非常に厳しくなるので、不安な状態である。	
	輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・得意先の生産計画、指示台数が減少している。	
	輸送業(総務担当)	・電気料金や燃料費、資材などの仕入れ材料が高騰しており、商品の値上げが続く。消費者購買意欲が低下してしばらく悪くなる。	
	通信業(職員)	・現在提供しているシステムに関連する省エネの補助金受付けが終了するため、受注量が大幅に落ち込むことが予想される。	
	その他サービス業[設計事務所](代表取締役)	・土木に関して設計・施工の需要は一定程度続くと考えられる。予算措置が続けば景気の良い状態は続くが、途絶えると景気は後退すると予測される。民間の建築需要は、秋には、収まると予測されるため、景気は下降していくと推測される。	
悪くなる	—	—	
良くなる	—	—	
雇用 関連 (九州)	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・企業が有能な人材採用を活発化するなかで、人材の水準が低い。育成研修や能力アップ講習の受講の問題でなく、構造的な教育論まで見返さないと労働力全体の底上げにはならない。
		人材派遣会社(社員)	・福岡を中心とした求人依頼が堅調に推移している。
		人材派遣会社(社員)	・今月も、当社への依頼求人が増えており、企業の求人誌掲載も多い。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・医療や住宅の業界は確実に需要が増大しており、慢性的な人手不足になっている。しかし、求職者のニーズとは合わないケースも多く、マッチングの問題は解決できていない。
		職業安定所(職員)	・新規求人は主要産業のほとんどが前年同月比で大幅に増加している。また、建設業や製造業、医療・福祉は5か月連続で増加しておりしばらく堅調に推移する。
		職業安定所(職員)	・今の新規求人の伸びは、今後もしばらくは続く勢いである。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・経費を考慮して人事異動を控える企業も多く、欠員などが発生する要因もないため今後も派遣需要は低迷する。
		人材派遣会社(社員)	・社員採用は増えてはいるものの報酬が増えているわけではない。
		人材派遣会社(営業)	・企業の採用意欲に大きな変化を期待できない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・労働集約型の求人の採用が非常に厳しくなっている。また、建築業界でも求人需要はあるが、採用ができないままである。各業界でこのような状態が続くと仕事の新規受注が取れなくなるおそれが出てくる。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・変わる要素がない。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・秋には消費税増税の判断がある。導入されれば駆け込み需要が発生し、見送られれば、更に財布のひもが固くなり、生活防衛に備える。当面、「良い」「悪い」どちらでもとれる局面が続く。
		職業安定所(職員)	・一部の大手企業は、業績が伸びて賃金上昇しているが、企業のほとんどを占める中小・零細企業は賃金の上昇までは至っていない。賃上げがなければ、個人消費は伸びず景気の回復にはなかなかつながらない。
		職業安定所(職業相談)	・輸出型製造業については円安、株高により業績の改善がみられるものの、生産活動はまだ戻っていない。
		民間職業紹介機関(職員)	・通常、8月は求人数が増加する傾向にあるが、新規求人数の割合については1割未満と低調である。また中高年向けの求人が予想以上に伸び悩み、転職者は苦戦を強いられている。今後についても求人数の増加は難しいと考える。
		民間職業紹介機関(社員)	・先々の人材依頼は戻すばかりではない。コールセンターなどの需要はあるが、増員ではなく後任案件が多く、伸びがみえるものではない。
		民間職業紹介機関(支店長)	・取引先からの10月以降の契約延長更新の可否連絡が遅い。これは取引先が迷っているためである。さらに、年度下期～年末にかけての追加契約の商談発生数が鈍いことが、懸念材料である。
		学校[大学](就職支援業務)	・求人依頼で来訪する企業のいくつかは、前年度より求人増の意向を示しているが、景気の動向に結びつくような顕著な動きにはなっていない。
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	